DOCUMENT: 860-215/026

PROVINCIAL-TERRITORIAL CONFERENCE OF MINISTERS RESPONSIBLE FOR CULTURE AND HISTORICAL RESOURCES

The Economic Impact of Provincial Heritage Facilities in Alberta: 1988

Alberta

October 27, 1988
Québec, Québec

The Economic Impact of Provincial Heritage Facilities in Alberta: 1988

Alberta

CULTURE & MULTICULTURALISM
Historical Resources Division

The Economic Impact of Provincial Heritage Facilities in Alberta

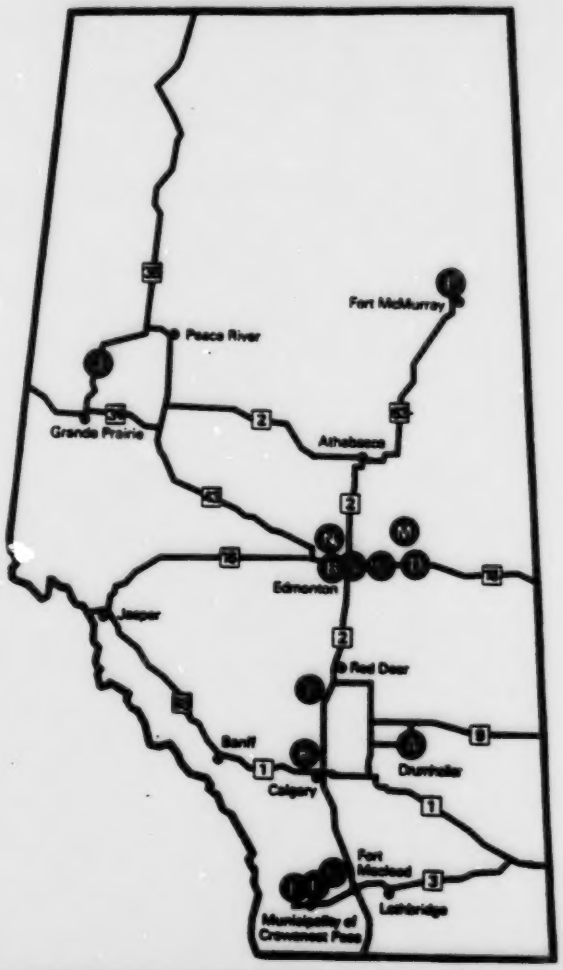
by

Ronald J. Helmhold
Mark A. Rasmussen

AUGUST 31, 1988

Alberta
CULTURE & MULTICULTURALISM
Historical Resources Division

ALBERTA PROVINCIAL HISTORIC SITES AND MUSEUMS



G Rutherford House
H Alberta Natural Resources Science Centre
I Stephansson House
J Dunvegan
K Cochrane Ranche
L Leitch Collieries
M Victoria Settlement
N Father Lacombe Chapel
O Stathcona

Executive Summary

Alberta's regional economies are currently capturing tens of millions of dollars annually from the tourism generated by the expanding system of provincial museums, interpretive centres and historic sites. In the future, as further projects are established, as more visitors come, and the service sector grows to better take advantage of potential tourism revenues, these impacts will increase dramatically resulting in hundreds of millions of dollars being spun off by these attractions each year.

In November 1986, Alberta Culture and Multiculturalism initiated an economic impact assessment project to develop a standardized, comprehensive statistical method for evaluating regional income impacts, employment impacts, and gathering other valuable visitor profile information at provincial heritage facilities. The purpose of the project was to assist in the description of the impact of existing sites, to help argue for the development of further heritage attractions, to meet a number of specific planning needs, and to assist in public relations.

At the present time an economic impact assessment system, comprised of visitor surveys, associated service sector business surveys, and computer verification using other economic indicators, has been developed to calculate the income and employment impacts produced by a selected group of heritage sites. The regional income impacts produced by some selected facilities in the 1988/89 fiscal year is estimated by the system to be:

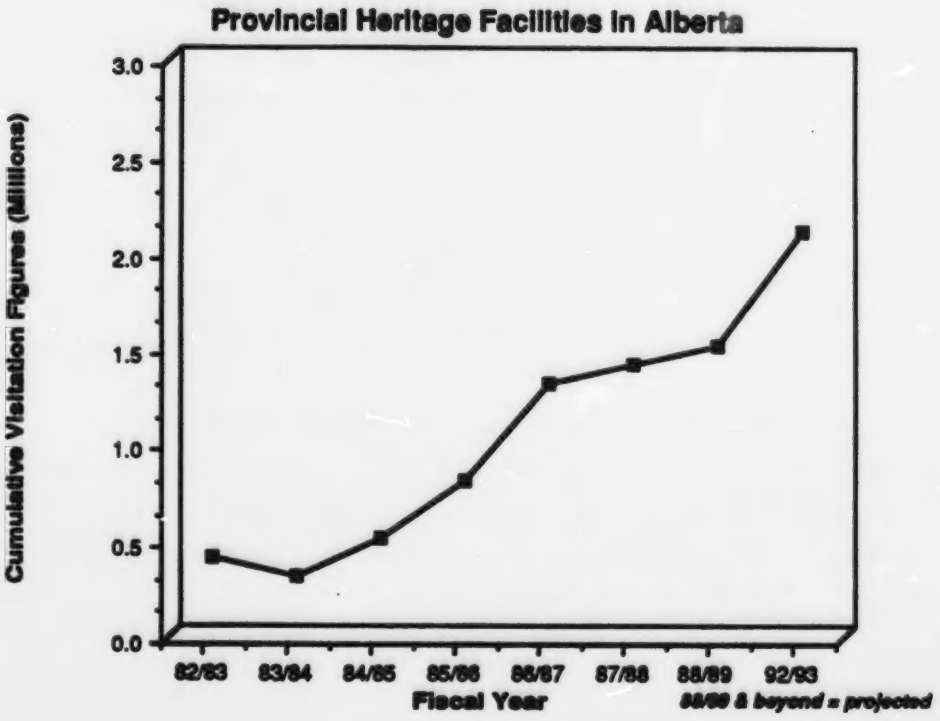
- Tyrrell Museum of Palaeontology 7.2 million
- Head-Smashed-In Buffalo Jump Interpretive Centre 3.1 million
- Frank Slide Interpretive Centre .85 million
- Fort McMurray Oil Sands Interpretive Centre .75 million

For 1988, it is estimated that there will be 4.6 jobs created in the public sector to every staff position within these heritage facilities.

The present system of gathering and compiling economic impact data on the province's heritage facilities is now an ongoing part of the work of the Historical Resources Division of Alberta Culture and Multiculturalism.

Chart I

Attendance Trends**



** Note: Much of the attendance increase came from the opening of new facilities (Frank Slide Interpretive Centre–April/1985, Fort McMurray Oil Sands Interpretive Centre–September/1985, Tyrrell Museum of Palaeontology–September/1985, T.M.P. Field Station–April/1987, Head-Smashed-In Buffalo Jump Interpretive Centre–July/1987.

Introduction

In recent years, Heritage facilities have proven to be big business in Alberta, and substantial investments have been made in their development. They serve as a way to protect vital resources and make them accessible to an interested public audience, while also providing through the stimulation of tourism, a major economic base in various communities across the province that require additional industry. These facilities diversify, decentralize and expand Alberta's economy.

Since 1980, Alberta Culture and Multiculturalism has invested over 75 million dollars in capital facilities related to historical resources. These museums, interpretive centres, and historic sites were partially predicated on their impact on developing regional tourism and in maintaining on average a 3-7 year indirect return on capital investments through inreased service sector activity. In this regard, visitor projections and investment returns have not only been met, but surpassed.

Yet by the mid 1980's, with budgetary pressures on both existing operations and new proposals, as well as a need to better address facility planning issues, a reliable system to collect economic data and assess economic impacts was required to evaluate the province's network of provincial museums, interpretive centers, and historic sites. As a result, in 1986, Alberta Culture and Multiculturalism initiated an extensive international literature review, and agencies across Canada were contacted in order to identify any existing impact models that might fit the required needs for a regional impact model. From the research, it became readily apparent that many of the previous systems for economic impact reviewed used deceptive tourist multipliers, which created unreliable results. The tourist multiplier can be defined as the number by which initial tourist expenditures or outright numbers of tourists must be multiplied in order to obtain the total cumulative income impact for a specific time period. The problem with most economic impact studies reviewed is that they ignore the fact that the size of the tourist multiplier will vary from country to country, region to region, and upon the attractions themselves. As well, most of the studies used complicated variables which were written on difficult to use computer programs. Yet eventually a usable system was found through consultations with Parks Canada's Socio-Economic Branch, who had been working on several systems, including the Tiebout Local Economic Impact Model. This model had numerous advantages which made it desirable for provincially based work and allowed it to be easily modified and incorporated into a three level economic impact system being developed by Alberta Culture and Multiculturalism. Serving as a verification of the system's results, the Tiebout model develops its own multipliers, contains simple yet effective data inputs, and is written on user-friendly IBM-PC software. The only disadvantage of the Tiebout model is that it can only reliably calculate the income and employment impacts of small town environments whose impacts are relatively simple to trace. However, as most of Alberta's heritage developments are located in smaller communities, this did not pose an overwhelming barrier.

Fully functional by 1988, the elements of the present economic assessment system consist of a facility visitor survey; a local business survey; and Retail and Service Trade statistics. These three levels are then verified by the Tiebout model. The visitor survey has been designed to systematically assess important visitor characteristics such as visitors' point of origin, their length of stay in the local area, the reason for their trip to the local area, and their monetary expenditures made in the local area. This information provides important expenditure data which can be used to calculate income impacts. The business survey, although fully functional, has not yet been extensively carried out. However trial business surveys have been done to confirm both visitors' data as well as Retail and Service Trade Statistics figures. The Retail and Service Trade trade statistics provide economic data pertaining to the specific parts of the service sector (e.g. hotel trade, restaurants, etc.) of the regional economies in which provincial heritage facilities are located. Through these statistics the Tiebout model can calculate local income and employment impacts. As well, the results can be further compared to recent Canada Tourism Travel Survey statistics which show the average expenditure of overnight visitors at provincial and regional heritage attractions at $40.46 per person. The present system has been designed to be updated on a yearly basis to allow for some changes in needs and approaches, yet generally to provide consistency for monitoring progress and problems fairly. As well, since simplicity is the key characteristic of the system, it can also be readily implemented by available part-time personnel or summer students.

Alberta Culture and Multiculturalism's economic assessment system provides valuable information in assisting the department's continuing efforts to work with the private sector, municipalities, regional tourism authorities, and other provincial and federal agencies to strengthen the provincial economy through high quality, historical resource developments.

Chart II

Vital Statistics For Historical Resources Division Facilities– Selected Sites

August 1988

PROJECT NAME	OPENING DATE	PROJECTED INCOME IMPACT (1988/89) (MILLIONS) ($)	PROJECTED EMPLOYMENT IMPACT (1988/89) (PERSON YEARS)	TOTAL CAPITAL COSTS (MILLIONS) ($)	PROJECTED ATTENDANCE (FOR 1988/89)
Tyrrell Museum of Palaeontology	Sept. 25/85	7.2	149.7	29.5	500,000
Ukrainian Cultural Heritage Village *	1971, 1975	N/A	N/A	16.2	70,000
Head-Smashed-In Buffalo Jump	July 23/87	3.1	58.1	9.3	180,000
Fort McMurray Oil Sands Interpretive Centre	Sept. 6/85	.75	15.4	9.2	42,000
Frank Slide Interpretive Centre	April 26/85	.85	18.4	6.5	108,000
Provincial Museum of Alberta *	Dec. 6/67	N/A	N/A	N/A	350,000
Dunvegan	1961	.15	3.4	N/A	12,000
TOTALS		**12.05**	**245.0**	**70.7**	**1,262,000**

** Note: employment and income impacts for Ukrainian Cultural Heritage Village and Provincial Museum of Alberta are not available.*

Results Produced By The Economic Impact Assessment System

Methodology

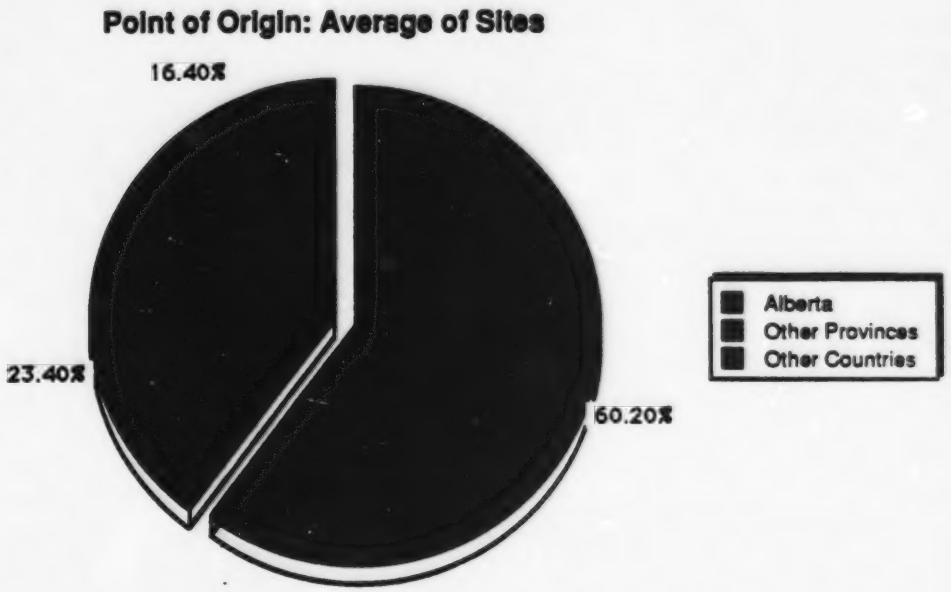
For the 1988 analysis, extensive visitor surveys were conducted at Tyrrell Museum, Head-Smashed-In Buffalo Jump Interpretive Centre, Frank Slide Interpretive Centre, Oil Sands interpretive Centre, and Historic Dunvegan. Research was also conducted at the Provincial Museum and the Ukrainian Cultural Heritage Village to establish some visitor profile statistics of those facilities located in or near large urban centers. These seven facilities provided a total of 2503 visitor surveys representing over 8000 visitors at provincial heritage facilities. A minimum of 300 surveys were collected at each site to give reliability to the sample. The visitor surveys for the analysis were conducted from June-August 1988.

Aside from questioning tourists, a business survey is also required by the impact assessment system. The purpose of this survey is to correlate local business trends with associated heritage facility activities, and also to establish how much local purchasing is being done by both government operations and the businesses themselves. A trial survey was conducted in 1988 with excellent results. Most businesses recognize the importance of the research, and were willing to cooperate providing valuable economic data. At least 90% of 12 businesses surveyed said sales had increased with the opening of a heritage facility in their local area. As full scale business surveys were not conducted for the analysis, this may slightly affect the final income and employment impacts by 3-5%.

Local business information inputs were gathered from the 1985 Alberta Retail and Service Trade Statistics and local Chambers of Commerce data were used to verify these statistics wherever possible. This information outlined total sales and employment in the regions where heritage facilities are located.

Chart III

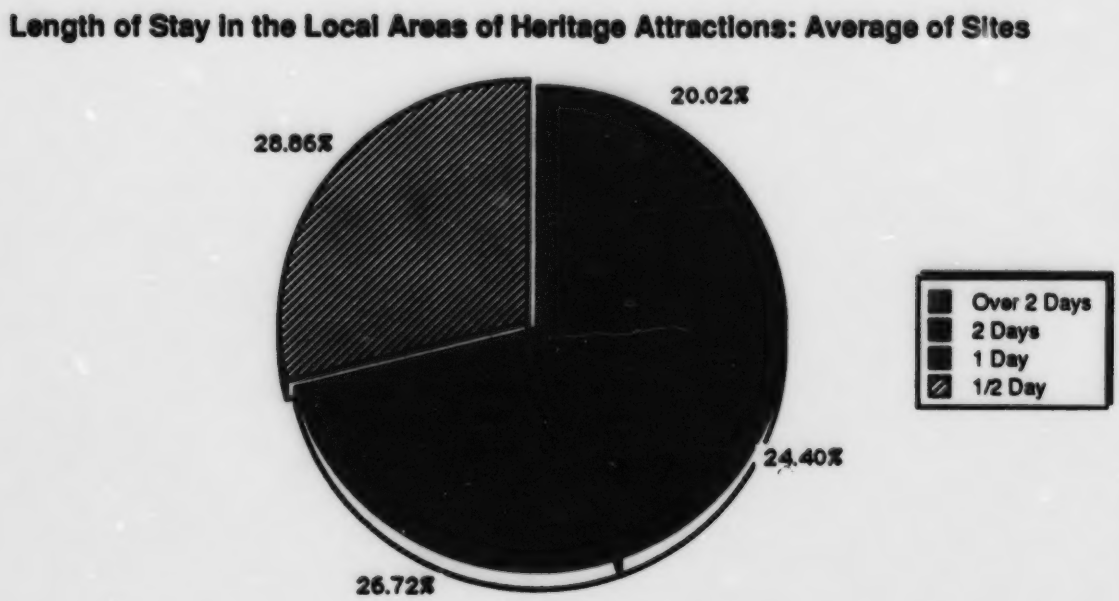
Visitors To Heritage Facilities: Point of Origin*



* Includes Tyrrell Museum, Head-Smashed-In Buffalo Jump Interpretive Centre, Frank Slide Interpretive Centre, Oil Sand Interpretive Centre, UkrainianVillage, Provincial Museum, and Historic Dunvegan

Chart IV

Visitors To Selected Heritage Facilities: Length of Stay in the Local Areas of Heritage Attractions*



* Includes Tyrrell Museum, Head-Smashed-In Buffalo Jump Interpretive Centre, Frank Slide Interpretive Centre, UkrainianVillage, and Historic Dunvegan

*Results**

TYRRELL MUSEUM

Economic Impact	
income impact	*7.2 million*
employment impact	*149.7 person years*

The Tyrrell Museum is expected to generate 7.2 million dollars for the Drumheller economy in 1988. Approximately 75% (5.4 million) is generated from visitor purchases alone. The rest is spent by the provincial government on operating costs. The museum is expected to create a local employment impact of 149.7 person years for 1988 alone.

Visitor Survey	
first time visitors	*73%*
interprovincial visitors	*32%*
international visitors	*18%*
overnight visitors	*40%*
projected attendance	*500,000 people*

Over 73% of the 503 people surveyed visited the museum for the first time, with over 89% staying at the museum for over 1 1/2 hours. Nearly 50% of the visitors were from out-of-province: 31% from other parts of Canada, 18% from other countries. The high number of visitors and large percentage of non-Albertan visitation are clear evidence of this facility's role as a major international tourist attraction.

HEAD-SMASHED-IN BUFFALO JUMP

Economic Impact	
income impact	*3.1 million*
employment impact	*58.1 person years*

The centre is expected to generate 3.1 million dollars for the Fort Macleod economy in 1988. Over 86% (2.6 million) is generated from visitor purchases alone. The centre is expected to create a local employment impact of 58.1 person years for 1988 alone.

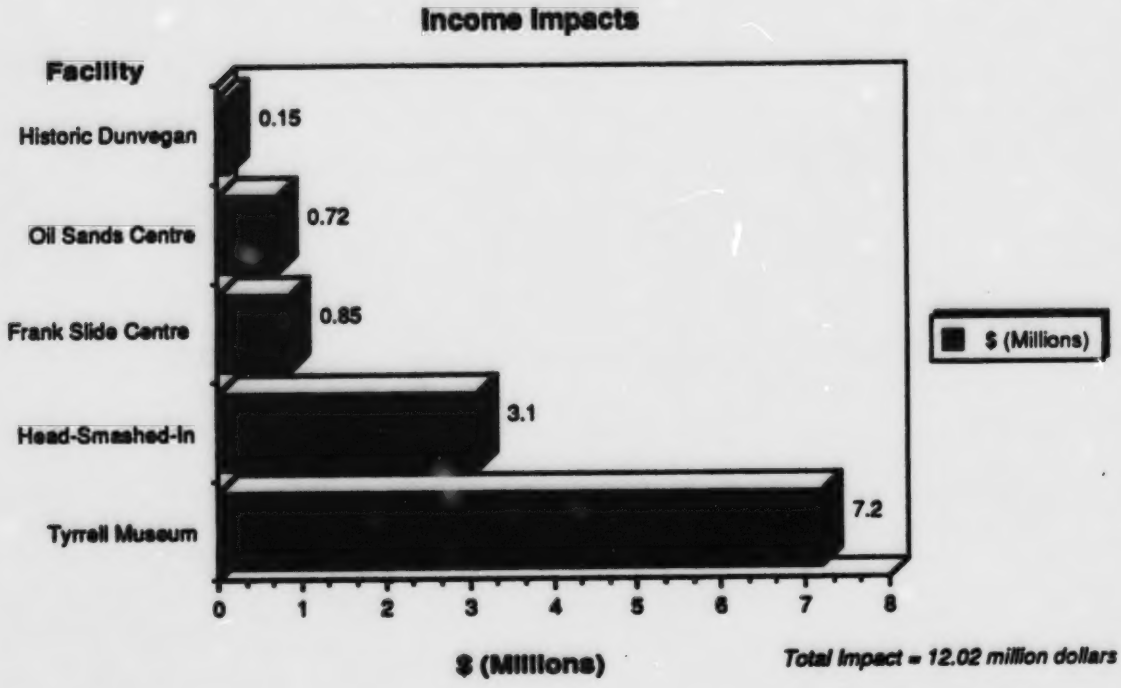
Visitor Survey	
first time visitors	*87%*
interprovincial visitors	*25%*
international visitors	*21%*
overnight visitors	*31%*
projected attendance	*180,000 people*

Over 87% of the 305 people surveyed visited the centre for the first time, with over 82% staying at the facility for over 1 1/2 hours. Over 46% of the visitors were from out-of-province: 25% from other parts of Canada, 21% from other countries. These figures here too, demonstrate the high international profile and excellent return on investment of this facility.

* For a detailed breakdown of visitor statistics see appendix 1.

Chart V

Income Impacts Produced By Heritage Facilities– 1988/89



FRANK SLIDE INTERPRETIVE CENTRE

Economic Impact	
income impact	*$854,000*
employment impact	*18.4 person years*

The Frank Slide Centre is expected to generate $854,000 dollars for the Crowsnest Pass economy in 1988. Approximately 80% ($674,000) is generated from visitor purchases alone. The centre is expected to create a local employment impact of 18.4 person years for 1988 alone.

Visitor Survey	
first time visitors	*75%*
interprovincial visitors	*32%*
international visitors	*19%*
overnight visitors	*20%*
projected attendance	*108,000 people*

Results showed that 75% of the 300 people surveyed visited the centre for the first time. Over 70% said unequivocally that they would return for future visits. Over 50% of the visitors were from out-of-province: 32% from other parts of Canada, 19% from other countries. The relatively lower impact here, despite good attendance, is a reflection of the through traffic visitation in the area. However, the investment position of this development is still very good and will improve with other enhancements to the region.

OIL SANDS INTERPRETIVE CENTRE

Economic Impact	
income impact	*$722,000*
employment impact	*15.4 person years*

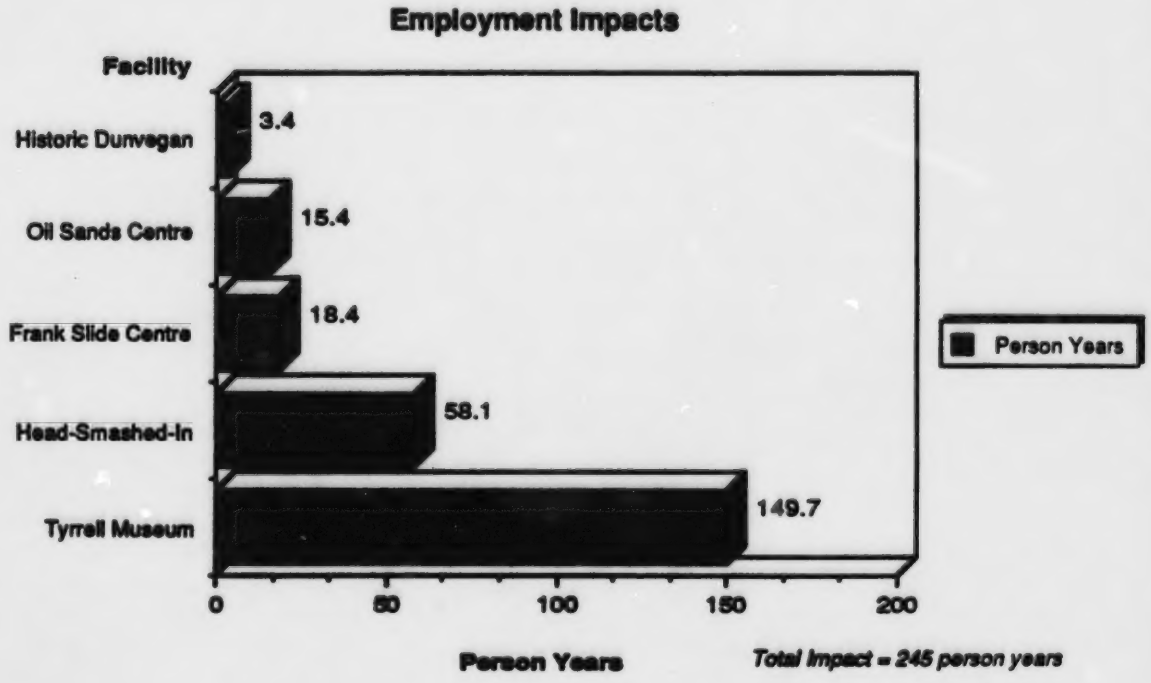
The Oil Sands Centre is expected to generate $722,000 dollars for the Fort McMurray economy in 1988. Approximately 50% ($363,000) is generated from visitor purchases alone. The rest is spent by the provincial government on operating costs. The centre is expected to create a local employment impact of 15.4 person years for 1988 alone.

Visitor Survey	
first time visitors	*70%*
interprovincial visitors	*27%*
international visitors	*7%*
overnight visitors	*10%*
projected attendance	*42,000 people*

Approximately 70% of the 300 people surveyed visited the museum for the first time. Nearly 85% said unequivocally that they would return for future visits. Nearly 34% of the visitors were from out-of-province: 27% from other parts of Canada, 7% from other countries. A small but important aspect of the audience to this orientation centre are businessmen considering oil technology purchases in the area.

Chart VI

Employment Impacts Produced By Provincial Heritage Facilities– 1988/89



HISTORIC DUNVEGAN

Economic Impact	
income impact	*$150,000*
employment impact	*3.4 person years*

Visitor Survey	
first time visitors	*59.1%*
interprovincial visitors	*17.6%*
international visitors	*7.6%*
projected attendance	*12,000 people*

Despite its relatively modest scale and remote location, Historic Dunvegan is expected to generate 150,000 dollars for the Fairview economy in 1988. The site is projected to create a local employment impact of 3.4 person years for 1988.

Over 59% of the 200 people surveyed visited the site for the first time. Over 25% of the visitors were from out of province: 17.6% from other parts of Canada, 7.6% from other countries.

PROVINCIAL MUSEUM OF ALBERTA

Visitor Survey	
first time visitors	*45%*
interprovincial visitors	*16%*
international visitors	*28%*
projected attendance	*350,000 people*

Approximately 45% of the 300 people surveyed visited the museum for the first time, with over 70% staying for over 1 1/2 hours. Over 81% of the visitors said unequivocally that they would return for future visits. Nearly 45% of the visitors were from out-of-province: 16% from other parts of Canada, 28% from other countries. Full economic profiles for this urban site are not available under the current survey.

UKRAINIAN CULTURAL HERITAGE VILLAGE

Visitor Survey	
first time visitors	*66.7%*
interprovincial visitors	*15%*
international visitors	*14%*
projected attendance	*70,000 people*

Over 66% of the 200 people surveyed visited the complex for the first time, with over 87% staying for over 1 1/2 hours. Over 84% of the visitors said unequivocally that they would return for future visits. Nearly 29% of the visitors were from out-of-province: 15% from other parts of Canada, 14% from other countries. Again, full economic analysis for this site is difficult under the current survey because of the site's dependence on the urban economy of neighboring Edmonton.

In the opinion of the survey team various observations are worth mentioning:

- The total economic impact estimates in all cases are in reality low because of the following factors:
  - — construction impacts generated by the facilities are not accounted for here;
  - — some existing indirect impacts are not being picked up in these surveys;
  - — some respondents either underestimated or refused to disclose their full expenditures made during their visits.
- The economic impacts produced by many heritage facilities are not at their maximum potential as the local tourist support facilities and service sector amenities are still being developed in nearly all of the communities associated with these relatively new attractions.
- Educational statistics mentioned in this report may not be representative of actual educational backgrounds as many respondents refused to disclose their educational background.
- For 1988, the economic impacts produced by the system for the Tyrrell Museum are slightly lower than the previous year primarily because of refinements in the computer programme and in data collection techniques used in Drumheller.

Conclusion

Through the experience of Alberta Culture & Multiculturalism, it is clear a relatively simple data collection system can provide useful and reliable economic impact information and planning data on heritage facilities. Once established, that system can operate on an annual basis, requiring approximately two man-months of research and analysis to describe a network of several sites. While the system setup requires some professional guidance, subsequent implementation can be performed primarily by seasonal staff. In the future, Alberta will be extending its economic assessment research to all sixteen of its provincial heritage facilities, and investigating construction impacts as well. Aside from a ready planning application, the results of the surveys can be easily employed by policy makers for programme justification and rationale for further initiatives.

Although heritage resource managers have in the past often lacked the tools or inclination to present lucid economic arguments, the surveying described can produce powerful, tangible evidence of the worthiness of such facilities. The collection of such basic economic information is now critical in placing heritage resource development in a competitive position against other kinds of government and private sector investments. The 1988 examples in the Alberta survey demonstrate that such developments can provide an extremely attractive investment picture.

Appendix I

Detailed Visitor Statistics

Alberta
CULTURE
Historical Resources

Tyrrell Museum
-based on 503 visitor surveys
-completed June-July 88

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? *(Please check only one).*
- ☐ Travel guide/event calendar 11.3%
- ☐ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 8.0%
- ☐ Articles about the site 12.1%
- ☐ Directional sign 5.2%
- ☐ Word of mouth (relatives and friends) 56.1%
- ☐ Other *(please specify:)* 7.3%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ☐ Yes 73.3%
- ☐ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years? 26.7%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
- ☐ less than 1 1/2 hours 10.6%
- ☐ 1 1/2 - 3 hours 63.8%
- ☐ over 3 hours 25.6%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
- ☐ Yes 4.4%
- ☐ No 95.6%

If yes, please indicate what changes you would like to see.

insufficient lighting on displays
stairs & ramps hard to negotiate for disabled
audio difficulties when museum busy

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site? 45 requests (8.9%)
27 French (5.4%) 18 others (3.5%)

6. What did you like best about the Museum/Historic Site?
-17.2% liked everything
-58% liked displays/layout

What did you like the least? 37.5% has complaints
-audiovisual/lighting (5.4%)
-past & present exhibit (5.4%)
-gift shop complaints (4.5%)
-directional complaints (3.6%)

7. How do you rate our donation system?
- ☐ Poor 2.1%
- ☐ Fair 13.0%
- ☐ Good 51.7%
- ☐ Very Good 33.2%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
- ☐ Yes 77.7%
- ☐ No 6.4%
- ☐ Undecided 15.9%

9. *Including yourself,* how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you? 1(4.3%), 2(23.1%), 3(17.8%) 4(22.7%), 5(15.3%), 5+(16.8%)

10. How many of the above persons are in each age group?
Less than 12 yrs. 23.2% 13-19 yrs. 7.8% 20-34 yrs. 21.8%
35-49 yrs. 22.8% 50-64 yrs. 12.9% 65 & over 11.5%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.
Grade 8 or less 27.3% Grade 9-13 28.5%
Technical School 6.0% University/College 38.2%

12. Where do you live?
- ☐ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 50.2%
- ☐ Other Province *(please specify)* 31.6%
- ☐ Other Country *(please specify)* 18.2%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ☐ Meeting/convention/trade conference 2.2%
- ☐ Family affair (wedding/reunion/etc.) 8.2%
- ☐ To visit this Museum/Historical Site 48.9%
- ☐ Other business 1.1%
- ☐ Vacation 31.2%
- ☐ Other *(please specify)* 8.4%

14. How long are you staying in the local area?
- ☐ 1/2 day 26.7%
- ☐ 1 day 38.7%
- ☐ 2 days 21.9%
- ☐ _____ days 3days(5.6%) over 3 7.1%

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. ***Do not include*** expenses by people from other households/groups travelling with you. ***Please include*** any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels	$_____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package *Please indicate the type of accommodation you have been using.* (hotel/motel/camping)_____	$_____ Cdn
Automobile gas, oil, maintenance and repair	$_____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)*	$_____ Cdn
Non-Auto transportation	$_____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores	$_____ Cdn
Goods and services bought in stores	$_____ Cdn
Recreation and entertainment	$_____ Cdn
All other goods and services	$_____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
- ☐ Yes (how many?) 8.1% 1(3.6%), 2(1.5%), over 2(3.0%)
- ☐ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

Alberta
CULTURE
Historical Resources

Head-Smashed-In Buffalo Jump
-based on 305 surveys
-June-August, 1988

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? *(Please check only one).*
- ❑ Travel guide/event calendar 12.1%
- ❑ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 14.6%
- ❑ Articles about the site 16.1%
- ❑ Directional sign 5.8%
- ❑ Word of mouth (relatives and friends) 40.6%
- ❑ Other *(please specify)* 10.8%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ❑ Yes 87.2%
- ❑ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years?____ 12.8%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
- ❑ less than 1 1/2 hours 17.8%
- ❑ 1 1/2 - 3 hours 65.4%
- ❑ over 3 hours 16.8%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
- ❑ Yes 3.9%
- ❑ No 96.1%

If yes, please indicate what changes you would like to see.

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site? French (5.6%) others (3.0%)

6. What did you like best about the Museum/Historic Site?

What did you like the least? 26.9% has complaints
-poor building directional signs (7.3%)
-poor parking facilities/shuttle bus poorly advertised (6.4%)
-poor highway directional signs (1.9%)

7. How do you rate our donation system?
- ❑ Poor 3.1%
- ❑ Fair 12.4%
- ❑ Good 59.0%
- ❑ Very Good 25.5%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
- ❑ Yes 78.9%
- ❑ No 5.3%
- ❑ Undecided 15.8%

9. *Including yourself,* how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you?_____

1 (7.8%), 2 (32.6%), 3 (15.5%), 4 (22.7%), 5 (12.2%), 5+ (9.2%)

10. How many of the above persons are in each age group?
__Less than 12 yrs. 15.0% __13-19 yrs. 7.7% __20-34 yrs. 17.7%
__35-49 yrs. 23.7% __50-64 yrs. 18.2% __65 & over 17.7%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.
__Grade 8 or less 17.8% __Grade 9-13 35.9%
__Technical School 7.6% __University/College 38.7%

12. Where do you live?
- ❑ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 54.4%
- ❑ Other Province *(please specify)* 24.6%
- ❑ Other Country *(please specify)* 21.0%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ❑ Meeting/convention/trade conference 2.6%
- ❑ Family affair (wedding/reunion/etc.) 9.5%
- ❑ To visit this Museum/Historical Site 35.2%
- ❑ Other business 1.4%
- ❑ Vacation 48.0%
- ❑ Other *(please specify)* 3.3%

14. How long are you staying in the local area?
- ❑ 1/2 day 32.9%
- ❑ 1 day 26.7%
- ❑ 2 days 23.0%
- ❑ _____ days over 2 days (17.4%)

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. *Do not include* expenses by people from other households/groups travelling with you. *Please include* any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels	$_____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package *Please indicate the type of accommodation you have been using.* (hotel/motel/camping)_____	$_____ Cdn
Automobile gas, oil, maintenance and repair	$_____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)*	$_____ Cdn
Non-Auto transportation	$_____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores	$_____ Cdn
Goods and services bought in stores	$_____ Cdn
Recreation and entertainment	$_____ Cdn
All other goods and services	$_____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
- ❑ Yes (how many?)_____
- ❑ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

Alberta
CULTURE
Historical Resources

Frank Slide Interpretive Centre
-based on 300 completed questionnaires
-survey completed June - August, 1988

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? *(Please check only one).*
- ☐ Travel guide/event calendar 11.7%
- ☐ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 4.0%
- ☐ Articles about the site 3.3%
- ☐ Directional sign 25%
- ☐ Word of mouth (relatives and friends) 48.3%
- ☐ Other *(please specify:)* 7.7%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ☐ Yes 75%
- ☐ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years? 25%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
- ☐ less than 1 1/2 hours 55.3% ☐ 1 1/2 - 3 hours 43.3% ☐ over 3 hours 1.4%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
- ☐ Yes 3.5% ☐ No 96.5%

If yes, please indicate what changes you would like to see.

-display information too low
-lack of elevators
-require more seating inside the centre

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site? within 30 requests:
10 French (7.3%), 3 German (1%), 5 others (1.7%)

6. What did you like best about the Museum/Historic Site?

-slide presentation 43.3%
-displays/old pictures 9.0%
-slide itself/view 8.3%
-friendly staff 6.3%

What did you like the least? 41 complaints (13.7%)

-not enough info. on slide itself 5.3%
-display information too low to read 2.3%

7. How do you rate our donation system?
- ☐ Poor 2.7% ☐ Fair 14.4% ☐ Good 64.0% ☐ Very Good 18.9%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
- ☐ Yes 71.8% ☐ No 4.2% ☐ Undecided 23.9%

9. *Including yourself,* how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you? 1 (8.5%), 2 (32.4%), 3 (13.4%), 4 (17.4%), 5 (10.2%), 5+ (18.1%)

10. How many of the above persons are in each age group?

Less than 12 yrs. 26.9% 13-19 yrs. 13.2% 20-34 yrs. 15.9%
35-49 yrs. 25.2% 50-64 yrs. 12.8% 65 & over 6.0%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.

Grade 8 or less 33.9% Grade 9-13 31.8%
Technical School 5.0% University/College 29.3%

12. Where do you live?
- ☐ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 49.2%
- ☐ Other Province *(please specify)* 31.7%
- ☐ Other Country *(please specify)* 19.1%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ☐ Meeting/convention/trade conference 4.6%
- ☐ Family affair (wedding/reunion/etc.) 10.0%
- ☐ To visit this Museum/Historical Site 13.5%
- ☐ Other business 1.5% ☐ Vacation 66%
- ☐ Other *(please specify)* 4.2%

14. How long are you staying in the local area?
- ☐ 1/2 day 43.6% ☐ 1 day 28% ☐ 2 days 14% ☐ _____ days 3days (3.2%), over 3 11.2%

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. *Do not include* expenses by people from other households/groups travelling with you. *Please include* any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels	$_____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package	$_____ Cdn
Please indicate the type of accommodation you have been using. (hotel/motel/camping)	
Automobile gas, oil, maintenance and repair	$_____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)*	$_____ Cdn
Non-Auto transportation	$_____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores	$_____ Cdn
Goods and services bought in stores	$_____ Cdn
Recreation and entertainment	$_____ Cdn
All other goods and services	$_____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
- ☐ Yes (how many?) _____ ☐ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

Alberta
CULTURE
Historical Resources

FORT McMURRAY OIL SANDS INTERPRETIVE CENTRE
-based on 300 surveys completed summer 1988

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? *(Please check only one).*
- ☐ Travel guide/event calendar 4%
- ☐ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 5.3%
- ☐ Articles about the site 1.7%
- ☐ Directional sign 23.3%
- ☐ Word of mouth (relatives and friends) 64%
- ☐ Other *(please specify:)* 1.7%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ☐ Yes 70.3%
- ☐ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years?____ 29.7%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
☐ less than 1 1/2 hours 91% ☐ 1 1/2 - 3 hours 8% ☐ over 3 hours 1%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
☐ Yes 1% ☐ No 99%
If yes, please indicate what changes you would like to see.
-ramps for strollers/wheelchairs
-better seating by videos

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site? within 30 requests:
20 French(6.7%) 10 others(3.3%)

6. What did you like best about the Museum/Historic Site?
-displays/layout (33.7%)
-information presented (22%)
-truck (13.7%)
-video presentations (12.3%)
What did you like the least?
15% had complaints
-volume on videos too low (2.7%)
-more information on displays (2.3%)
-poor lighting (1%), -cafeteria not open(1%

7. How do you rate our donation system?
☐ Poor 6.7% ☐ Fair 26.2% ☐ Good 54.4% ☐ Very Good 12.7%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
☐ Yes 84.6% ☐ No 5.7% ☐ Undecided 9.7%

9. *Including yourself,* how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you? 1(8.6%), 2(19%), 3(18.7%), 4(23.7%), 5(12.3%), 5+(17.6%)

10. How many of the above persons are in each age group?
__Less than 12 yrs. 23.1% __13-19 yrs. 4.6% __20-34 yrs. 28.5%
__35-49 yrs. 24.1% __50-64 yrs. 13.0% __65 & over 6.7%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.
__Grade 8 or less 26.8% __Grade 9-13 34.7%
__Technical School 8.3% __University/College 30.2%

12. Where do you live?
- ☐ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 66.3%
- ☐ Other Province *(please specify)* 27.3%
- ☐ Other Country *(please specify)* 6.4%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ☐ Meeting/convention/trade conference 4.5%
- ☐ Family affair (wedding/reunion/etc.) 53.6%
- ☐ To visit this Museum/Historical Site 1.8%
- ☐ Other business 12.3% ☐ Vacation 20.5%
- ☐ Other *(please specify)* 7.3%

14. How long are you staying in the local area?
☐ 1/2 day 3.8% ☐ 1 day 10.4% ☐ 2 days 21.8% ☐ _____ days over 2 (64%)

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. *Do not include* expenses by people from other households/groups travelling with you. *Please include* any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels	$._____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package	$._____ Cdn
Please indicate the type of accommodation you have been using. (hotel/motel/camping)_____	
Automobile gas, oil, maintenance and repair	$._____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)*	$._____ Cdn
Non-Auto transportation	$._____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores	$._____ Cdn
Goods and services bought in stores	$._____ Cdn
Recreation and entertainment	$._____ Cdn
All other goods and services	$._____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
☐ Yes (how many?) _____ ☐ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

Alberta
CULTURE
Historical Resources

Ukrainian Cultural Heritage Village
-based on 200 completed surveys
-conducted June - July, 1988

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? *(Please check only one).*
- ☐ Travel guide/event calendar 5.8%
- ☐ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 8.5%
- ☐ Articles about the site 7.5%
- ☐ Directional sign 23%
- ☐ Word of mouth (relatives and friends) 45%
- ☐ Other *(please specify:)* 10.8%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ☐ Yes 71%
- ☐ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years?____ 29%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
- ☐ less than 1 1/2 hours 12.5%
- ☐ 1 1/2 - 3 hours 63.6%
- ☐ over 3 hours 23.9%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
- ☐ Yes 9.3%
- ☐ No 90.7%

If yes, please indicate what changes you would like to see.
-better access for wheelchairs/strollers
-gravel paths difficult for strollers
-lack of rest areas in the village itself

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site? 19 requests:
French (4.8%), others (4.7%)

6. What did you like best about the Museum/Historic Site?

What did you like the least? 32% had complaints
-difficulty with wheelchairs/strollers on gravel paths 12.0%
-distance between exhibits/too far to walk 5.0%

7. How do you rate our donation system?
- ☐ Poor 3.3%
- ☐ Fair 11.6%
- ☐ Good 52.1%
- ☐ Very Good 33.0%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
- ☐ Yes 84.0%
- ☐ No 6.7%
- ☐ Undecided 9.3%

9. *Including yourself*, how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you?_____

10. How many of the above persons are in each age group?
__Less than 12 yrs. 19.5% __13-19 yrs. 5.2% __20-34 yrs. 23%
__35-49 yrs. 25% __50-64 yrs. 19.2% __65 & over 8.3%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.
__Grade 8 or less 25.7% __Grade 9-13 31.3%
__Technical School 8.2% __University/College 34.8%

12. Where do you live?
- ☐ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 66.7%
- ☐ Other Province *(please specify)* 19.3%
- ☐ Other Country *(please specify)* 14.0%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ☐ Meeting/convention/trade conference 8.0%
- ☐ Family affair (wedding/reunion/etc.) 40.7%
- ☐ To visit this Museum/Historical Site 8.6%
- ☐ Other business 6.3%
- ☐ Vacation 26%
- ☐ Other *(please specify)* 10.3%

14. How long are you staying in the local area?
- ☐ 1/2 day 22%
- ☐ 1 day 18%
- ☐ 2 days 39.3%
- ☐ _____ days over 2 (20.7%)

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. *Do not include* expenses by people from other households/groups travelling with you. *Please include* any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels $_____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package $_____ Cdn
Please indicate the type of accommodation you have been using. (hotel/motel/camping)_____
Automobile gas, oil, maintenance and repair $_____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)* $_____ Cdn
Non-Auto transportation $_____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores $_____ Cdn
Goods and services bought in stores $_____ Cdn
Recreation and entertainment $_____ Cdn
All other goods and services $_____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
- ☐ Yes (how many?)_____
- ☐ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

Alberta
CULTURE
Historical Resources

Dunvegan
-based on 200 completed surveys
-summer 1988

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? ***(Please check only one).***
- ☐ Travel guide/event calendar 7.8%
- ☐ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 1%
- ☐ Articles about the site 1.7%
- ☐ Directional sign 12.9%
- ☐ Word of mouth (relatives and friends) 56%
- ☐ Other *(please specify:)* 20.6%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ☐ Yes 59.1%
- ☐ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years?____ 40.9%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
☐ less than 1 1/2 hours ☐ 1 1/2 - 3 hours ☐ over 3 hours
59.8% 29.5% 10.7%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
☐ Yes 2.7% ☐ No 97.3%
If yes, please indicate what changes you would like to see.
-difficulties climbing stairs
-installation of wheelchair ramps

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site?_____
French(8.8%), others(1.8%)

6. What did you like best about the Museum/Historic Site?

What did you like the least? 22% had complaints
-poor parking facilities 8.0%
-video in church 4.4%
-poor handicapped facilities 2.7%

7. How do you rate our donation system?
☐ Poor ☐ Fair ☐ Good ☐ Very Good
18.8% 22.8% 40.6% 17.8%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
☐ Yes ☐ No ☐ Undecided
82% 2.7% 15.3%

9. *Including yourself,* how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you?_____
1(12.4%), 2(34.5%), 3(11.5%), 4(15.9%), 5(12.4%), 5+(13.3%)

10. How many of the above persons are in each age group?
__Less than 12 yrs. 23% __13-19 yrs. 11% __20-34 yrs. 19%
__35-49 yrs. 18.3% __50-64 yrs 12.3% __65 & over 16.4%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.
__Grade 8 or less 24.9% __Grade 9-13 35.2%
__Technical School 7.5% __University/College 32.4%

12. Where do you live?
- ☐ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 74.8%
- ☐ Other Province *(please specify)* 17.6%
- ☐ Other Country *(please specify)* 7.6%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ☐ Meeting/convention/trade conference 1.4%
- ☐ Family affair (wedding/reunion/etc.) 25.4%
- ☐ To visit this Museum/Historical Site 14.1%
- ☐ Other business 5.6% ☐ Vacation 46.5%
- ☐ Other *(please specify)* 7.0%

14. How long are you staying in the local area?
☐ 1/2 day ☐ 1 day ☐ 2 days ☐ _____ days
19.1% 22.2% 23.8% over 2 days (34.9

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. *Do not include* expenses by people from other households/groups travelling with you. *Please include* any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels	$_____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package	$_____ Cdn
Please indicate the type of accommodation you have been using. (hotel/motel/camping)_____	
Automobile gas, oil, maintenance and repair	$_____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)*	$_____ Cdn
Non-Auto transportation	$_____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores	$_____ Cdn
Goods and services bought in stores	$_____ Cdn
Recreation and entertainment	$_____ Cdn
All other goods and services	$_____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
☐ Yes (how many?)_____ ☐ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

Alberta
CULTURE
Historical Resources

Provincial Museum of Alberta
-based on 300 questionnaires
-survey conducted July-August, 1988

Heritage Facilities Visitor Survey

Confidential when completed.

This survey is conducted by ***Alberta Culture*** on behalf of the Historical Resources Division.

This information will help us to evaluate programme success and affect future programme and facility planning.

1. From which one source did you first find out about this Museum/Historic Site? *(Please check only one).*
- ☐ Travel guide/event calendar 17.7%
- ☐ Advertisement in newspaper/magazine/radio/tv 3.6%
- ☐ Articles about the site 2.0%
- ☐ Directional sign 4.4%
- ☐ Word of mouth (relatives and friends) 55.0%
- ☐ Other *(please specify:)* 17.3%

2. Is this your first visit to this Museum/Historic Site?
- ☐ Yes 45.0%
- ☐ No ... not counting this visit, how many times have you visited this site/museum over the last two years?____ 55.0%

3. How long was your visit to the Museum/Historic Site?
☐ less than 1 1/2 hours ☐ 1 1/2 - 3 hours ☐ over 3 hours
29.4% 63% 7.6%

4. Do you, or any member of your household/group, have any personal disabilities that made the exhibits and displays difficult to use?
☐ Yes 2.4% ☐ No 97.6%
If yes, please indicate what changes you would like to see.
-difficulty reading signs/larger print required
-viewing difficulties for persons in wheelchairs

5. In what additional language, if any, would you prefer to have information about the site? within 48 requests:
22 French (7.3%), 16 German (5.3%), 10 others

6. What did you like best about the Museum/Historic Site? (3.3%)

What did you like the least? 32.8% had complaints
-mineral exhibit complaints (4.8%)
-cafeteria food quality/prices (3.6%)
-dinosaur exhibit too small (3.6%)

7. How do you rate our donation system?
☐ Poor 2.7% ☐ Fair 12.1% ☐ Good 64.1% ☐ Very Good 21.1%

8. Will you visit this Museum/Historic Site again?
☐ Yes 81.8% ☐ No 3.3% ☐ Undecided 14.9%

9. *Including yourself,* how many members of your household/group are visiting the Museum/Historic Site with you? 1(5.6%), 2(28.4%), 3(16.4%), 4(19.2%), 5(8.4%), 5+(22%)

10. How many of the above persons are in each age group?
__Less than 12 yrs. 26.0% __13-19 yrs. 9.7% __20-34 yrs 18.0%
__35-49 yrs. 15.0% __50-64 yrs. 12.3% __65 & over 19.0%

11. With reference to the persons in your household/group visiting the Museum/Historic Site with you, please indicate the number at each education level.
__Grade 8 or less 34.1% __Grade 9-13 31.1%
__Technical School 4.4% __University/College 30.4%

12. Where do you live?
- ☐ Alberta *(please state name of City/Town/Village)* 55.6%
- ☐ Other Province *(please specify)* 16.1%
- ☐ Other Country *(please specify)* 28.4%

The remainder of the questionnaire is concerned with travelling expenses and should only be filled out by persons who do not live within 100 km./60 miles of the Museum/Historic Site.

The following questions will assist us in evaluating the economic impact of this Museum/Historic Site on the Local area.

13. What is the reason for your trip to this local area (i.e. within 100 km./60 mi. of this site/museum)?
- ☐ Meeting/convention/trade conference 1.5%
- ☐ Family affair (wedding/reunion/etc.) 14.0%
- ☐ To visit this Museum/Historical Site 9.3%
- ☐ Other business 4.7% ☐ Vacation 65.1%
- ☐ Other *(please specify)* 5.4%

14. How long are you staying in the local area?
☐ 1/2 day ☐ 1 day ☐ 2 days ☐ _____ days
2.7% 15.3% 17.8% 3 days (15.2%), over 3 (59%)

15. Please estimate the expenses (in Canadian dollars) that you and members of your household/group incurred in the local area. *Do not include* expenses by people from other households/groups travelling with you. *Please include* any credit card purchases.

Meals and refreshments bought in restaurants and hotels	$_____ Cdn
Lodging other than that included with a tour package	$_____ Cdn
Please indicate the type of accommodation you have been using. (hotel/motel/camping)_____	
Automobile gas, oil, maintenance and repair	$_____ Cdn
Automobile rental *(if applicable)*	$_____ Cdn
Non-Auto transportation	$_____ Cdn
Groceries and beverages bought in stores	$_____ Cdn
Goods and services bought in stores	$_____ Cdn
Recreation and entertainment	$_____ Cdn
All other goods and services	$_____ Cdn

16. Did any members of your household/group travelling with you not come to the Museum/Historic Site today?
☐ Yes (how many?) _____ ☐ No

THANK YOU FOR YOUR TIME.

DOCUMENT: 860-215/026
Traduction du Secrétariat

CONFÉRENCE PROVINCIALE-TERRITORIALE DES MINISTRES RESPONSABLES DE LA CULTURE ET DES RICHESSES HISTORIQUES

L'impact économique des centres d'intérêts axés sur le patrimoine en Alberta

Alberta

Québec (Québec)
Le 27 octobre 1988

L'impact économique des centres d'intérêt axés sur le patrimoine en Alberta

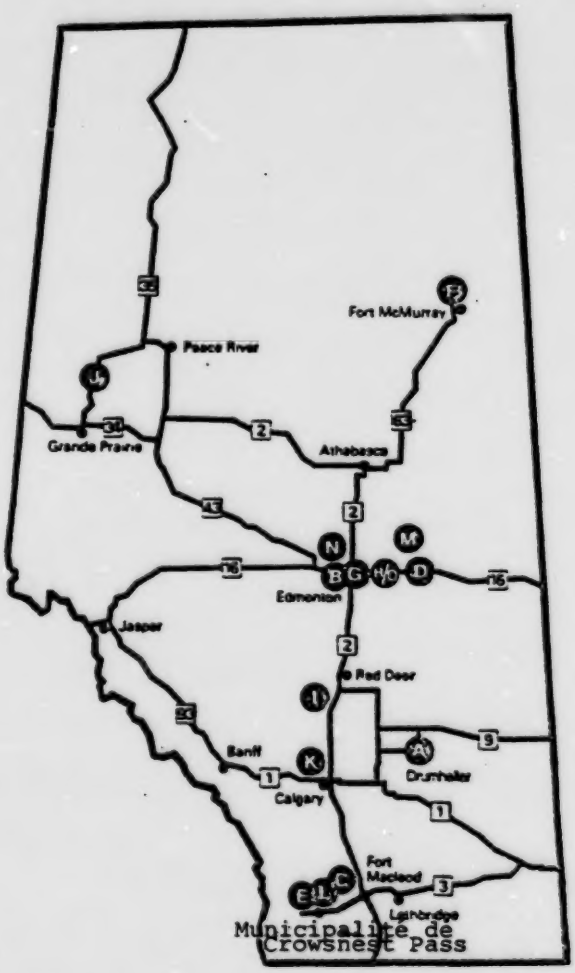
par

Ronald J. Helmhold
Mark A. Rasmussen

LE 31 AOÛT 1988

ALBERTA
Ministère des Affaires culturelles et du Multiculturalisme
Division des richesses historiques

MUSEES ET LIEUX HISTORIQUES EN ALBERTA



A Tyrrell Museum of Palaeontology
B Provincial Museum of Alberta
C Précipice à bisons Head-Smashed-In
D Village ukrainien traditionnel
E Centre d'interprétation Frank Slide
F Centre d'interprétation (sables bitumineux) de Fort McMurray
G Maison Rutherford
H Alberta Natural Resources Science Centre
I Maison Stephansson
J Dunvegan
K Cochrane Ranche
L Mines de charbon de Leitch
M Village de Victoria
N Chapelle du père Lacombe
O Strathcona Archaeological Centre

SOMMAIRE

L'expansion du réseau provincial de musées, de centres d'interprétation et de lieux historiques représente, grâce à l'affluence de touristes dans les régions touchées, des entrées de fonds de l'ordre de dizaines de millions de dollars chaque année. Dans les années à venir, au fur et à mesure que de nouveaux projets seront mis en oeuvre, que le nombre des visiteurs augmentera et que le secteur des services deviendra plus apte à tirer vraiment profit des possibilités économiques inhérentes à l'industrie touristique, ces entrées de fonds sont appelées à décupler.

En novembre 1986, le ministère albertain des Affaires culturelles et du Multiculturalisme a entrepris une étude devant permettre de mettre en place un processus, global et normalisé, d'évaluation, pour chaque région, des retombées possibles au chapitre des revenus et de l'emploi, ainsi que d'établissement de données utiles sur ce qui peut attirer des visiteurs vers les centres d'intérêts à caractère historique. Cette initiative avait pour but de définir l'importance des centres existants, de trouver de nouveaux arguments justifiant la mise en oeuvre d'autres projets axés sur le patrimoine, de répondre à certains besoins bien précis en matière de planification et de faciliter les relations avec le public.

Un mécanisme d'évaluation des impacts économiques basé sur le nombre de visiteurs, le nombre des organismes touchés dans le secteur des services, et d'autres indices économiques vérifiés par ordinateur doit permettre de déterminer les retombées économiques (revenus et création d'emplois) de la mise en valeur du patrimoine. Voici un exemple de prévisions faites pour l'exercice financier 1988-1989 :

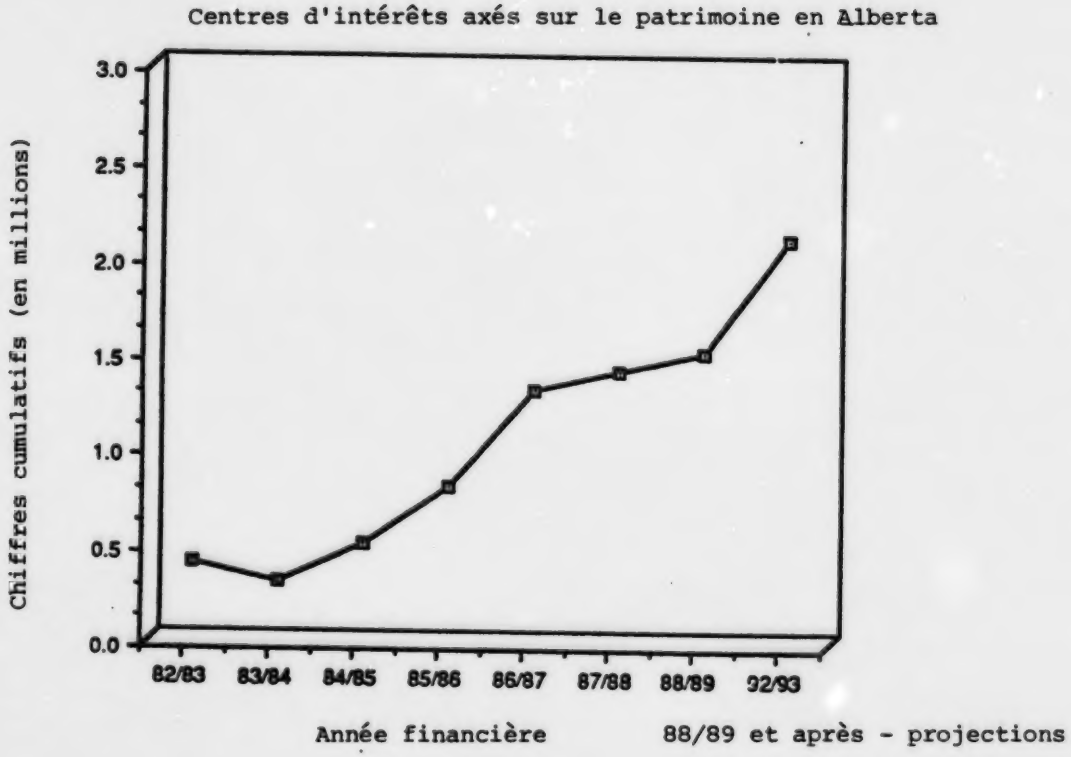
° Tyrrell Museum of Palaeontology	7,2 millions
° Précipice à bisons Head-Smashed-In (Centre d'interprétation)	3,1 millions
° Centre d'interprétation Frank Slide	0,85 million
° Centre d'interprétation de Fort McMurray (sables bitumineux)	0,75 million

Pour 1988, on prévoit que 4,6 emplois seront créés dans le secteur public pour chaque employé travaillant dans ces centres.

Le système qui sert actuellement à réunir des données sur l'impact économique des initiatives lancées dans ce domaine est opéré par la Division des richesses historiques du ministère albertain des Affaires culturelles et du Multiculturalisme.

TABLEAU I

Affluence des visiteurs **



** Nota : L'augmentation du nombre des visiteurs est due en grande partie à l'ouverture de nouveaux centres (Centre d'interprétation Frank Slide - Avril 1985, Centre d'interprétation de Fort MacMurray (sables bitumineux) - Sept. 1985, Tyrrell Museum of Palaeontology - Sept. 1985, T.M.P. Field Station - Avril 1987, Centre d'interprétation du précipice à bisons Head-Smashed-In- Juillet 1987).

Introduction

Ces dernières années, la mise en valeur du patrimoine a connu un essor particulier en Alberta et a fait l'objet d'investissements considérables. À cet égard, on s'est fixé pour mandat de protéger certaines richesses vitales et de les rendre accessibles à ceux et celles qui s'y intéressent, ainsi que de donner à diverses régions, en stimulant leur industrie touristique, le renouveau économique dont elles ont besoin. Il en découle une diversification, une décentralisation et une expansion de l'économie albertaine.

Depuis 1980, le ministère des Affaires culturelles et du Multiculturalisme de l'Alberta a investi plus de 75 millions de dollars à l'installation de musées et de centres d'interprétation et à l'aménagement de lieux historiques. On misait, entre autres, sur l'impact que ces initiatives auraient sur le développement du tourisme ainsi que sur la possibilité, après une période de trois à sept ans en moyenne, de récupérer indirectement les capitaux engagés grâce à une expansion du secteur des services. Les objectifs fixés ont été non seulement atteints, mais dépassés.

Cependant, vers le milieu des années 80, en raison des restrictions budgétaires visant les opérations en cours aussi bien que les nouveaux projets, ainsi que de la nécessité de régler certains problèmes en matière de planification des installations, il est devenu impérieux de se doter d'un système fiable d'information et d'évaluation des impacts économiques et de faire le point. C'est donc en 1986 que le ministère albertain des Affaires culturelles et du Multiculturalisme a entrepris de réunir toutes les données disponibles à l'échelle internationale, et que des organismes de partout au Canada ont été appelés à trouver un modèle correspondant à la situation dans les différentes régions. Ces recherches ont très vite démontré qu'un bon nombre des systèmes utilisés auparavant déterminaient le multiplicateur du tourisme à partir de chiffres trompeurs, ce qui donnait des résultats insatisfaisants. Le multiplicateur du tourisme désigne le nombre par lequel il faut multiplier le montant des dépenses initiales engagées dans le secteur touristique ou le nombre total de touristes afin de déterminer les effets cumulatifs sur le revenu au cours d'une période donnée. Le problème que présentent la plupart des études d'impacts économiques passées en revue réside dans le fait que le multiplicateur du tourisme varie selon le pays ou la région et selon les attractions proprement dites, et que l'on a eu recours à des variables complexes consignées sur des programmes informatisés difficiles d'accès. Un système plus utile devait toutefois être mis sur pied de concert avec la Direction socio-économique de Parcs Canada, qui avait déjà travaillé sur

plusieurs systèmes, y compris le modèle relatif aux retombées économiques locales à Tiebout. Ce modèle présentait de nombreux avantages en ce sens qu'il pouvait s'adapter aux besoins d'une étude provinciale et qu'il était facile à modifier et à intégrer au système tridimensionnel auquel travaillait alors le ministère des Affaires culturelles et du Multiculturalisme de l'Alberta. Consigné sur un programme convivial IBM-PC, il génère ses propres multiplicateurs et fonctionne à partir de données simples, mais précises. Son seul inconvénient réside dans le fait qu'il ne peut déterminer de façon vraiment exacte que les retombées sur les revenus et sur l'emploi dans les petites localités, où lesdites retombées sont relativement faciles à établir. Toutefois, comme la plupart des installations axées sur le patrimoine en Alberta se trouvent justement dans de petites localités, le problème ne risquait pas de prendre de proportions alarmantes.

L'actuel système d'évaluation des retombées économiques, que l'on a commencé à utiliser en 1988, se compose d'un sondage auprès des visiteurs, d'un sondage auprès des groupes d'affaires locaux et d'enquêtes sur les ventes au détail et sur les services. Les données ainsi recueillies sont ensuite vérifiées à l'aide du modèle précité. Le sondage auprès des visiteurs a été conçu de façon à déterminer systématiquement certaines caractéristiques importantes comme le lieu d'origine, la durée du séjour dans la région, les éléments qui ont abouti au choix de cette destination et les dépenses engagées durant le séjour. Ce sont là des données importantes lorsqu'il s'agit de calculer les retombées sur le plan des revenus. Bien qu'il ne soit pas encore utilisé à sa pleine capacité, le sondage auprès des groupes d'affaires a servi à confirmer les données obtenues dans les sondages effectués auprès des visiteurs ainsi que les statistiques sur les ventes au détail et sur les services. Quant auxdites statistiques, elles touchent des composantes bien précises du secteur des services (par exemple, l'hôtellerie et la restauration). Les résultats peuvent également être comparés aux statistiques dressées dans le cadre de la récente enquête sur le tourisme au Canada, qui évaluent à 40,46 $ les dépenses engagées en moyenne au cours d'un séjour de 24 heures. Le système sera mis à jour chaque année afin de répondre aux besoins découlant d'une situation ou d'une approche nouvelles et, d'une façon générale, de veiller à une surveillance cohérente des progrès et des problèmes. En outre, vu que la simplicité est la principale caractéristique du système, celui-ci peut être facilement appliqué par des employés à temps partiel ou par des étudiants engagés durant la période estivale.

Le système permet au ministère des Affaires culturelles et du Multiculturalisme de resserrer sa collaboration avec le secteur privé, les municipalités, les autorités régionales dans le domaine du tourisme ainsi que d'autres organismes provinciaux ou fédéraux et, partant, de renforcer l'économie de la province en mettant en valeur les richesses historiques.

TABLEAU II

Statistiques de base concernant les installations relevant de la Division des richesses historiques - liste partielle

Août 1988

Nom du centre	Date d'ouverture	Impact projeté sur les revenus (1988-89) (M$)	Impact projeté sur l'emploi (1988-89) (années-personnes)	Total des immobilisations (M$)	Nombre de visiteurs projeté pour 1989
Tyrrell Museum of Palaeontology	25 sept. 1985	7,2	149,7	29,5	500 000
Village ukrainien traditionnel*	1971, 1975	N/D	N/D	16,2	70 000
Précipice à bisons Head-Smashed-In	23 juil. 1987	3,1	58,1	9,3	180 000
Centre d'interprétation de Fort MacMurray (sables bitumineux)	6 sept. 1985	,75	15,4	9,2	42 000
Centre d'interprétation Frank Slide	26 avril 1985	,85	18,4	6,5	108 000
Provincial Museum of Alberta	6 déc. 1967	N/D	N/D	N/D	350 000
Dunvegan	1961	,15	3,4	N/A	12 000
TOTAL		12,05	245,0	70,7	1 262 000

* Nota : Les chiffres indiquant les retombées, sur l'emploi et sur les revenus, du village ukrainien traditionnel et du Provincial Museum of Alberta ne sont pas disponibles

RÉSULTATS OBTENUS GRÂCE AU SYSTÈME D'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Méthodologie

Pour 1988, des enquêtes approfondies ont été menées auprès des visiteurs qui se sont rendus au Tyrrell Museum, au centre d'interprétation du précipice à bisons Head-Smashed-In, au centre d'interprétation Frank Slide, au centre d'interprétation sur les sables bitumineux ainsi qu'à Dunvegan. D'autres enquêtes ont également été menées au Provincial Museum et au village ukrainien traditionnel, afin de pouvoir dresser des statistiques sur les installations situées à l'intérieur ou à proximité de grands centres urbains. L'échantillonnage retenu pour ces sept centres d'intérêt totalisait 2 503 personnes (on a compté plus de 8 000 visiteurs dans toute la province). Dans chaque cas, on a retenu un minimum de 300 questionnaires, afin que l'échantillonnage soit vraiment représentatif. Les enquêtes auprès des visiteurs ont eu lieu de juin à août 1988.

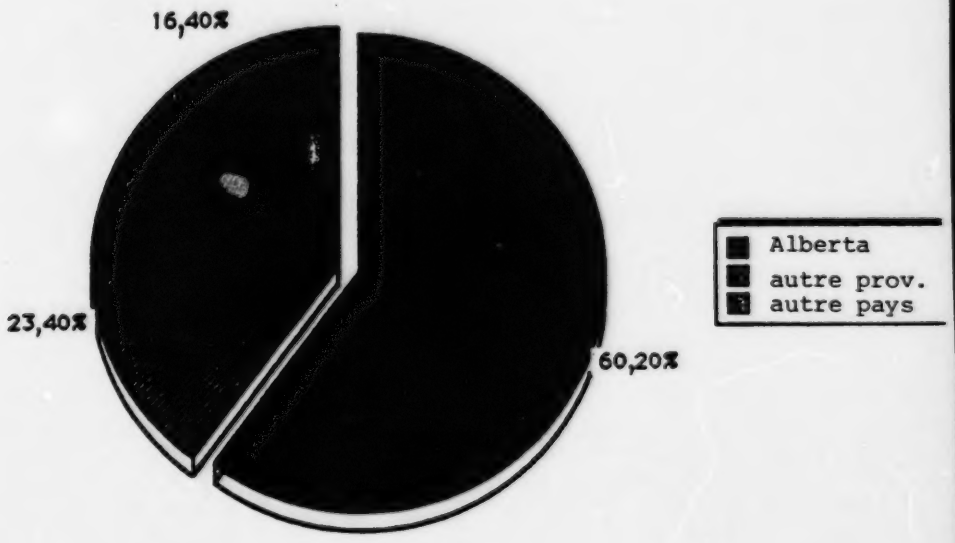
Une enquête a également été conduite auprès des groupes d'affaires de façon à établir l'importance que revêtent pour eux les efforts déployés dans leur région concernant le patrimoine, et à déterminer la clientèle, du secteur public aussi bien que du secteur privé, que ces initiatives ont contribué à attirer. L'enquête menée à titre d'essai en 1988 a donné d'excellents résultats. La plupart des entreprises reconnaissent l'importance de la recherche et sont disposées à collaborer. Au moins 90 p. 100 des entreprises approchées ont indiqué que leurs ventes ont augmenté depuis l'aménagement d'un musée, d'un centre d'interprétation ou de quelque autre lieu historique dans leur région. Cependant, comme il ne s'agissait pas d'enquêtes approfondies, cela peut modifier quelque peu (de 3 à 5 p. 100) l'évaluation finale des retombées sur le revenu et l'emploi.

Les données pour les entreprises locales proviennent des statistiques établies en 1985 sur les ventes au détail et les services en Alberta. Autant que possible, elles ont été vérifiées à partir des données que pouvaient fournir les chambres de commerce locales. C'est ainsi que l'on a pu déterminer globalement dans chaque région les ventes et les emplois découlant des initiatives axées sur le patrimoine.

TABLEAU III

Lieu d'origine des visiteurs*

Lieu d'origine : moyenne pour tous les centres

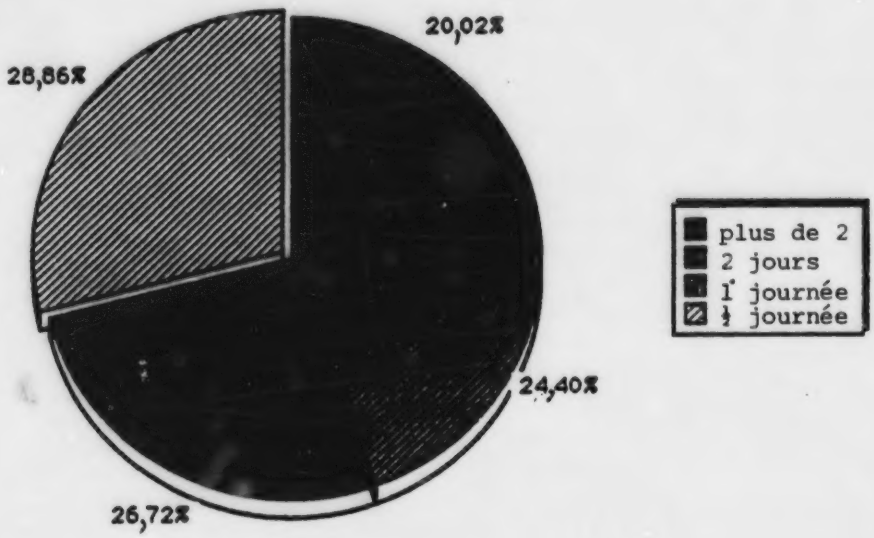


* Tyrrell Museum, Centre d'interprétation du précipice à bisons Head-Smashed-In, Centre d'interprétation Frank Slide, Centre d'interprétation sur les sables bitumineux, village ukrainien, Provincial Museum et Dunvegan

TABLEAU IV

Durée de la visite dans les centres locaux axés sur le patrimoine*

Durée moyenne de la visite



* Tyrrell Museum, Centre d'interprétation du précipice à bisons Head-Smashed-In, Centre d'interprétation Frank Slide, Centre d'interprétation sur les sables bitumineux, village ukrainien, Provincial Museum et Dunvegan

RÉSULTATS *

TYRRELL MUSEUM

Retombées économiques

revenus	7,2 millions
emploi	149,7 années/ personnes

On estime à 7,2 millions de dollars les revenus engendrés en 1988 dans la région de Drumheller par le Tyrrell Museum. Près de 75 p. 100 de cette somme (5,4 millions) provient des seuls achats effectués par les visiteurs. Le reste correspond à la contribution du gouvernement provincial aux frais d'exploitation. On estime en outre à 149,7, pour 1988 seulement, le nombre d'années-personnes rattachées au musée.

Enquête auprès des visiteurs

première visite	73 %
visiteurs de l'extérieur de la province	32 %
visiteurs de l'extérieur du pays	18 %
séjours de 24 heures	40 %
projection	500 000 personnes

Pour plus de 73 p. 100 des 503 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite au musée. Pour plus de 89 p. 100 d'entre elles, la visite a duré plus d'une heure et demi. Quelque 50 p. 100 des visiteurs venaient de l'extérieur de la province : 31 p. 100 d'autres régions du Canada, et 18 p. 100 d'autres pays. L'affluence de visiteurs et le fort pourcentage de non-Albertains témoignent clairement de l'intérêt certain que ce musée suscite à l'étranger.

PRÉCIPICE À BISONS HEAD-SMASHED-IN

Retombées économiques

revenus	3,1 millions
emploi	58,1 années/ personnes

On estime à 3,1 millions de dollars les revenus engendrés en 1988 par ce centre d'interprétation dans la région de Fort MacLeod. Près de 86 p. 100 de cette somme (2,6 millions) provient des seuls achats effectués par les visiteurs. On estime en outre à 58,1, pour 1988 seulement, le nombre d'années-personnes rattachées au centre.

---

* Pour plus de détails, voir l'annexe I.

Enquête auprès des visiteurs		Pour plus de 87 p. 100 des 305 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite. Pour plus de 82 p. 100 d'entre elles, la visite a duré plus d'une heure et demi. Plus de 46 p. 100 des visiteurs venaient de l'extérieur de la province : 25 p. 100 d'autres régions du Canada, et 21 p. 100 d'autres pays. Dans ce cas aussi, les chiffres prouvent l'intérêt suscité à l'étranger et la grande rentabilité de l'entreprise.
première visite	87 %	
visiteurs de l'extérieur de la province	25 %	
visiteurs de l'extérieur du pays	21 %	
séjour de 24 heures	31 %	
projection	180 000 personnes	

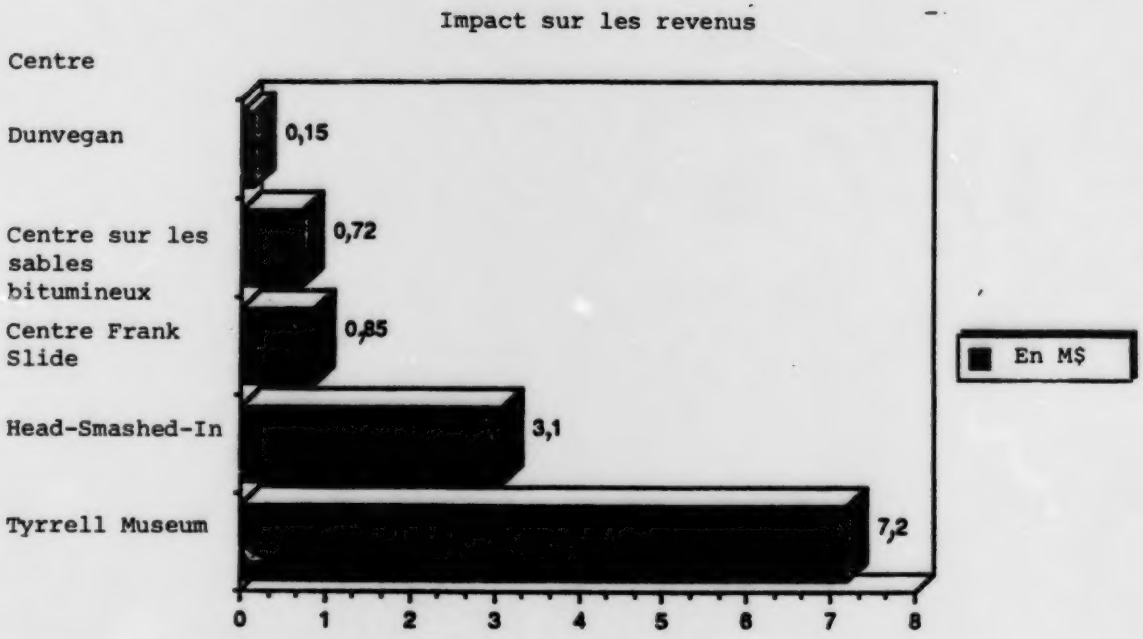
CENTRE D'INTERPRÉTATION FRANK SLIDE

Retombées économiques		On estime à 854 000 dollars les revenus engendrés en 1988 dans la région de Crowsnest Pass par le centre Frank Slide. Près de 80 p. 100 de cette somme (674 000 dollars) provient des seuls achats effectués par les visiteurs. On estime en outre à 18,4, pour 1988 seulement, le nombre d'années-personnes rattachées au centre.
Revenus	854 000 $	
Emploi	18,4 années/ personnes	

Enquête auprès des visiteurs		Les résultats indiquent que pour 75 p. 100 des 300 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite. Plus de 70 p. 100 d'entre elles ont aussi déclaré sans équivoque qu'elles comptaient revenir. Plus de 50 p. 100 des visiteurs venaient de l'extérieur de la province : 32 p. 100 d'autres régions du Canada, et 19 p. 100 d'autres pays. Malgré un nombre respectable de visiteurs, les faibles retombées indiquent que les visites dans la région sont tributaires du trafic de transit. Le taux d'amortissement demeure toutefois très bon, et il s'améliorera au fur et à mesure que la région sera mise en valeur.
première visite	75 %	
visiteurs de l'extérieur de la province	32 %	
visiteurs de l'extérieur du pays	19 %	
séjours de 24 heures	20 %	
projection	108 000 personnes	

TABLEAU V

Impact sur les revenus pour 1988-1989



En millions de $

Total : 12,02 M$

CENTRE D'INTERPRÉTATION (SABLES BITUMINEUX)

Retombées économiques

revenus	722 000 $
emploi	15,4 années/ personnes

On estime à 722 000 dollars les revenus engendrés en 1988 dans la région de Fort McMurray par le centre d'interprétation sur les sables bitumineux. Près de 50 p. 100 de cette somme (363 000 dollars) provient des seuls achats effectués par les visiteurs. Le reste correspond à la contribution du gouvernement provincial aux frais d'exploitation. On estime en outre à 15,4, pour 1988 seulement, le nombre d'années-personnes rattachées au centre.

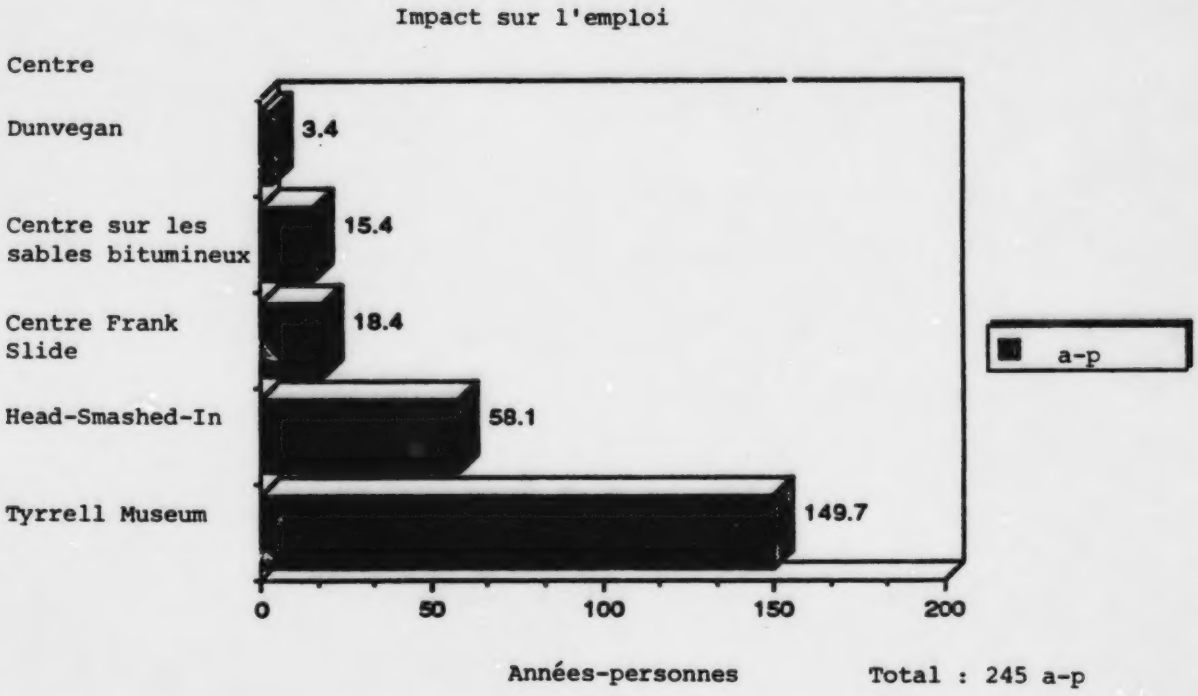
Enquête auprès des visiteurs

première visite	70 %
visiteurs de l'extérieur de la province	27 %
visiteurs de l'extérieur du pays	7 %
séjours de 24 heures	10 %
projection	42 000 personnes

Pour quelque 70 p. 100 des 300 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite. Près de 85 p. 100 d'entre elles ont aussi déclaré sans équivoque qu'elles comptaient revenir. Environ 34 p. 100 des visiteurs venaient de l'extérieur de la province : 27 p. 100 d'autres régions du Canada, et 7 p. 100 d'autres pays. Autre fait à souligner, le public qui se rend à ce centre d'orientation se compose en partie de gens d'affaires qui envisagent de se procurer dans la région le matériel nécessaire à l'exploitation des sables bitumineux.

TABLEAU VI

Impact sur l'emploi pour 1988-1989



DUNVEGAN

Retombées économique	
revenus	150 000 $
emploi	3,4 années/ personnes

Quoique isolé et d'envergure relativement modeste, le lieu historique de Dunvegan devrait engendrer en 1988, dans la région de Fairview, des revenus de l'ordre de 150 000 dollars. On estime également à 3,4, pour 1988, le nombre d'années-personnes se rattachant à ce centre d'intérêt.

Enquête auprès des visiteurs	
première visite	59,1 %
visiteurs de l'extérieur de la province	17,6 %
visiteurs de l'extérieur du pays	7,6 %
projection	12 000 personnes

Pour plus de 59 p. 100 des 200 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite. Plus de 25 p. 100 de visiteurs venaient de l'extérieur de la province : 17,6 p. 100 d'autres régions du Canada, et 7,6 p. 100 d'autres pays.

PROVINCIAL MUSEUM OF ALBERTA

Enquête auprès des visiteurs	
première visite	45 %
visiteurs de l'extérieur de la province	16 %
visiteurs de l'extérieur du pays	28 %
projection	350 000 personnes

Pour quelque 45 p. 100 des 300 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite, et plus de 70 p. 100 d'entre elles ont passé plus d'une heure et demi au musée. Plus de 81 p. 100 des visiteurs ont déclaré sans équivoque qu'ils comptaient revenir. Près de 45 p. 100 d'entre eux venaient de l'extérieur de la province : 16 p. 100 d'autres régions du Canada et 28 p. 100 d'autre pays. Cependant, aucune donnée économique concernant ce centre d'attraction situé en milieu urbain n'est encore disponible.

VILLAGE UKRAINIEN TRADITIONNEL

Enquête auprès des visiteurs	
première visite	66,7 %
visiteurs de l'extérieur de la province	15 %
visiteurs de l'extérieur du pays	14 %
projection	70 000 personnes

Pour plus de 66 p. 100 des 200 personnes interrogées, il s'agissait d'une première visite, et plus de 87 p. 100 d'entre elles y ont passé plus d'une heure et demi. Plus de 84 p. 100 des visiteurs ont déclaré sans équivoque qu'ils comptaient revenir. Près de 29 p. 100 d'entre eux venaient de l'extérieur de la province : 15 p. 100 d'autres régions du Canada, et 14 p. 100 d'autres pays. Dans ce cas aussi, l'enquête n'a pas permis de dresser un profil économique de ce centre d'intérêt en raison de la proximité d'Edmonton.

Selon les membres de l'équipe responsable de l'enquête, divers points méritent d'être signalés :

- Dans tous les cas, les prévisions concernant les retombées économiques totales sont peu élevées en raison des facteurs suivants :
  - les effets sur le domaine de la construction ne sont pas pris en compte;
  - certains effets indirects sont également laissés de côté;
  - certains répondants ont soit diminué, soit refusé de divulguer le montant réel de leurs dépenses.

- Les retombées économiques d'un bon nombre des centres d'intérêt axés sur le patrimoine ne sont pas aussi importantes qu'elles pourraient l'être, car les installations et les services destinés à stimuler le tourisme local sont encore à l'état d'ébauche dans presque toutes les localités associées à ces initiatives encore récentes.

- Pour 1988, les retombées économiques que le système a révélées relativement au Tyrrell Museum sont légèrement moins importantes qu'elles ne l'étaient l'année précédente, et ce, principalement à cause des améliorations apportées au programme d'ordinateur et aux techniques de recherche d'informations utilisés à Drumheller.

Conclusion

L'expérience menée au ministère des Affaires culturelles et du Multiculturalisme de l'Alberta démontre clairement qu'un système relativement simple de collecte de données permet d'obtenir de l'information utile et précise sur les retombées économiques des centres d'intérêt axés sur le patrimoine, et facilite la planification à cet égard. Une fois en place, ce système, utilisé sur une base annuelle, requiert environ deux mois-personnes pour la collecte et l'analyse des données relatives à plusieurs centres d'intérêt. Tout en nécessitant une part de supervision, l'exploitation du système peut être confiée à un personnel saisonnier. Le gouvernement de l'Alberta veut étendre ses recherches à tout le réseau (16) et prendre en compte aussi les retombées dans le domaine de la construction. En plus d'être un outil de planification, les enquêtes peuvent également servir à justifier certains programmes existants ou à mettre en oeuvre.

Par le passé, les gestionnaires des ressources se sont souvent, faute des outils ou de la motivation nécessaires, contentés d'arguments économiques peu réalistes, mais les enquêtes dont nous venons de parler peuvent faire ressortir de façon éclatante et concrète la valeur des centres visés. La collecte de données économiques de base est donc appelée à jouer un rôle essentiel dans la mise en valeur des richesses historiques par rapport à d'autres initiatives émanant des gouvernements ou du secteur privé. Les exemples découlant des enquêtes menées en Alberta en 1988 peuvent contribuer à dresser un tableau extrêmement intéressant à l'intention des investisseurs.

ANNEXE I

Statistiques détaillées concernant les visiteurs

Tyrrell Museum
- 503 visiteurs interrogés
- enquête effectuée en juin et juillet 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

éclairage insuffisant
escaliers et rampes d'utilisation difficile pour les handicapés

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin? 45 demandes

( ) Français 27
( ) Autres 18

6. Qu'avez-vous préféré?

- Tout (17,2 %)
- Objets en montre / présentation générale (58 %)

Qu'avez-vous le moins aimé? Plaintes 37,5 %

- Présentations audio-visuelles / éclairage (5,4 %)
- Exposition antérieure et en cours
- Plaintes sur la boutique de souvenirs (4,5 %)
- Indications déficientes (4,5 %)

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Précipice à bisons Head-Smashed-In
- 305 personnes interrogées
- enquête effectuée de
juin à août 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

_____
_____
_____

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin?

( ) Français
( ) Autres

6. Qu'avez-vous préféré?

Qu'avez-vous le moins aimé? Plaintes 37,5 %

- Mauvaises indications (7,3 %)
- Plaintes sur le stationnement (mauvaises indications concernant la navette) (6,4 %)

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Centre d'interprétation Frank Slide
- 300 personnes interrogées
- enquête effectuée de
juin à août 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

- Explications placées trop bas
- Nombre insuffisant d'ascenseurs

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin? 30 demandes

( ) Français 10 ( ) Allemand 3
( ) Autres 5

6. Qu'avez-vous préféré?

- Diaporama
- Objets en montre / vieilles photos
- La pente proprement dite / la vue
- Personnel courtois

Qu'avez-vous le moins aimé? Plaintes 37,5 %

- Insuffisance de l'information concernant la glissade
- Information placée trop bas

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Centre d'interprétation de Fort McMurray
- 300 personnes interrogées
- enquête effectuée durant l'été 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

- Rampes / accès plus facile pour les personnes en fauteuil roulant
- Fauteuils plus confortables pour regarder les vidéos

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin? 20 demandes

( ) Français 20
( ) Autres 10

6. Qu'avez-vous préféré?

- Objets en montre / présentation générale
- Information
- Camion
- Présentation sur bandes vidéo

Qu'avez-vous le moins aimé? Plaintes 37,5 %

Plaintes (15 %)

- Volume trop faible (vidéos)
- Insuffisance de l'information
- Mauvais éclairage
- Cafétéria fermée

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Village ukrainien traditionnel
- 200 personnes interrogées
- enquête effectuée en juin et juillet 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

- accès plus facile pour les personnes en fauteuil roulant / pour tous les visiteurs
- chemins de terre en piètre condition
- lieux de repos en nombre insuffisant

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin? 19 demandes

( ) Français
( ) Autres

6. Qu'avez-vous préféré?

Qu'avez-vous le moins aimé? Plaintes 37,5 %

- mauvaise condition des chemins de terre / difficultés pour les personnes en fauteuil roulant et pour tous les visiteurs en général
- longue distance à parcourir entre les différents points d'intérêt

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Dunvegan
- 200 personnes interrogées
- enquête effectuée durant l'été 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

- escaliers difficiles à monter
- installation de rampes d'accès pour fauteuils roulants

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin? 45 demandes

( ) Français 27
( ) Autres 18

6. Qu'avez-vous préféré?

Qu'avez-vous le moins aimé? Plaintes 37,5 %

- plaintes concernant le stationnement
- présentation vidéo dans l'église
- peu d'attention accordée aux handicapés

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Provincial Museum of Alberta
- 300 personnes interrogées
- enquête effectuée en juillet et août 1988

ALBERTA
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES
Richesses historiques

CENTRES D'INTÉRÊT AXÉS SUR LE PATRIMOINE- ENQUÊTE CONCERNANT LES VISITEURS

Confidentiel une fois rempli

Cette enquête est menée par la Division des richesses historiques du ministère des Affaires culturelles de l'Alberta.

L'information qui suit nous aidera à déterminer si les objectifs du programme ont été atteints. Elle influera également sur la planification relative aux programmes et aux installations.

1. Comment avez-vous d'abord entendu parler du musée/lieu historique? (Ne cochez qu'à un seul endroit)

( ) Guide touristique/éphéméride
( ) Publicité dans les journaux ou les revues, à la radio ou à la télévision
( ) Articles de fond
( ) Panneaux de signalisation
( ) Conversation (avec des parents ou des amis)
( ) Autres (veuillez préciser) _____

2. S'agit-il de votre première visite?

( ) Oui
( ) Non ... Combien de fois êtes-vous venus au cours des deux dernières années?

3. Quelle a été la durée de votre visite?

( ) Moins d'une heure et demi
( ) Entre une heure et demi et trois heures
( ) Plus de trois heures

4. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille/groupe souffrez d'un handicap rendant certaines installations moins accessibles?

( ) Oui
( ) Non

Dans l'affirmative, veuillez indiquer les changements que vous aimeriez voir apporter.

- information difficile à lire
- peu accessible aux personnes en fauteuils roulants

5. Dans quelle autre langue auriez-vous aimé recevoir l'information dont vous aviez besoin? 48 demandes

( ) Français 22 ( ) Allemand 16
( ) Autres 10

6. Qu'avez-vous préféré?

Qu'avez-vous le moi ; aimé? Plaintes 37,5 %

Plaintes (32,8 %)
- exposition de minéraux
- cafétéria (qualité et prix de la nourriture)
- trop peu d'importance accordée aux dinosaures

7. Comment qualifieriez-vous notre système de donation?

( ) Médiocre
( ) Moyen
( ) Bon
( ) Très bon

8. Comptez-vous revenir?

( ) Oui
( ) Non
( ) Indécis

9. Y compris vous-même, combien de membres de votre famille/groupe ont visité le musée/lieu historique?

10. À quel groupe d'âge appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) Moins de 12 ans
( ) 13-19 ans
( ) 20-34 ans
( ) 35-49 ans
( ) 50-64 ans
( ) 65 ans et plus

11. Concernant le niveau de scolarité, à quelle catégorie appartiennent-ils (indiquez le nombre dans chaque cas)?

( ) 8e année et moins
( ) 9e-13e année
( ) École technique
( ) Niveau collégial/universitaire

12. Où vivez-vous?

( ) Alberta (indiquez le nom de la ville ou du village)
( ) Autre province (veuillez préciser)
( ) Autre pays (veuillez préciser)

Le reste du questionnaire concerne les frais de déplacement et ne doit être rempli que par les personnes qui vivent à plus de 100 km./60 m. du musée/lieu historique).

Les réponses aux questions suivantes nous aideront à évaluer l'impact économique du musée/lieu historique dans la région.

13. Qu'est-ce qui vous a amené dans la région (c'est-à-dire dans un rayon de 100 km./60 m. du musée/lieu historique)?

( ) Rencontre/convention/conférence commerciale
( ) Événement familial (mariage/réunion/autres)
( ) Visite du musée/lieu historique
( ) Visite d'un autre centre d'intérêt
( ) Vacances
( ) Autres (veuillez préciser)

14. Combien de temps comptez-vous rester dans la région?

( ) une demie-journée
( ) une journée
( ) deux jours
( ) _____ jours

15. Indiquez approximativement les sommes que vous-même et les membres de votre famille/groupe avez dépensées dans la région. Ne tenez pas compte des dépenses d'autres familles/groupes voyageant avec vous. Veuillez inclure tous les achats faits avec une carte de crédit.

Aliments et boissons consommés au restaurant ou à l'hôtel	_____	$ Can.
Logement autre que celui prévu au départ (hôtel/motel/camping)	_____	$ Can.
Essence, entretien, réparation	_____	$ Can.
Location d'une voiture	_____	$ Can.
Moyen de transport autre que l'automobile	_____	$ Can.
Aliments et boissons achetés dans une épicerie	_____	$ Can.
Biens et services achetés dans un magasin	_____	$ Can.
Loisir et divertissement	_____	$ Can.
Autres biens et services	_____	$ Can.

16. Y a-t-il des membres de votre famille/groupe qui ne vous ont <u>pas</u> accompagné au musée/lieu historique aujourd'hui?

( ) Oui (Combien? _____)
( ) Non

MERCI DE VOTRE COLLABORATION